

「I YABU YOU プロジェクト」
～未来を紡ぐ「関係人口」の入り口～

法政大学法学部 廣瀬・土山ゼミナール

指導教員 廣瀬克哉 土山希美枝

代表者 小林知世

発表者 小林知世 秋元秀仁 高橋優太 平野悠真 太田颯 加藤爽

参加者 秋元秀仁 天野泰心 CHUA ZHIHAN 川島里奈 木村飛雄 後藤駿貴 小林知世
高橋優太 中川晴一 平野悠真 松崎琥太郎 松本詩龍 望月海璃 吉原綾音
新倉央 猪股歩佳 大畑敦幹 太田颯 加藤爽 小林空大 小林瑚々 関野裕介
常見丸勢 中村菜都乃 中澤結 吉田彩葉

目次

梗概

第1章 背景

第2章 内容

第1節 I YABU YOU プロジェクトについて

第2節 ターゲット

第3節 体験プログラムの詳細と推定参加人数

第4節 運営方法

第3章 実現可能性

第1節 宿泊施設

第2節 緊急時対策

第3節 宣伝方法

第4節 資金調達

第4章 効果

第1節 他地域との比較における YP の効果

第2節 ターゲット・協力事業者への効果

第5章 今後の展望

第1節 「やってみたい！が見つかるまち」の形成

第2節 関係人口の増加

第3節 関係人口から未来を紡ぐ

第6章 総括 未来を紡ぐ「関係人口」の入り口

梗概

地域と継続的な関わりを持つ「関係人口」の創出は、現代の地方都市における喫緊の課題である。

私たち廣瀬・土山ゼミナールは、この課題解決に向けた持続的な地域交流の仕組みとして、養父市全域を舞台にした複数日間の統合体験型企画「I YABU YOU プロジェクト」の実施を提言する。本企画は、農業、醸造業、アート活動といった養父市の多様な地域資源を最大限に活用する。

ターゲットは、子どもの教育ニーズを持つ京阪神のファミリー層と、地方での就業や生活に関心を持つ地方移住関心層の二層に設定する。本プロジェクトは、地域の「日常の営み、仕事、文化」の現場に直接触れる体験機会を、1日～数日間の短期間で市内複数の場所で同時提供する。これにより、参加者は養父市に対する愛着を育み、移住の障壁となりうる「暮らし・仕事・人間関係」について詳細な理解を得る機会となる。

運営組織は、行政、地域事業者、住民が参画する実行委員会を立ち上げる。また、地元バスの1日乗り放題券の利用促進や地域通貨の交付を通じ、市域全体の周遊と経済循環を後押しする仕組みを導入する。この広域分散型の運営手法は、長野県飯田市における「感動体験南信州」のような先行事例に匹敵する集客力と実現性を有すると考える。

本プロジェクトは養父市を「やってみたい！が見つかるまち」としてブランディングし、「関係人口」を生み出す初めの一步である。究極的な目標は、参加者を単なる顧客ではなく、「地域を共につくる主体者」としての自覚へと導くことにある。この体験を通じて生まれる地域との結びつきは多様であり、初期の交流から直接定住に至る人もいれば、深い関与の経験を経て将来的に地域へ再参画する人もいだろう。関係人口の形成は一律の段階を経るのではなく多角的に変化し、こうした人々の継続的な環流が長期的な地域活性化に結びつくことが期待される。

第1章 背景

日本では、少子高齢化と都市一極集中の進行により、人口減少と地域産業の担い手不足が深刻化している。養父市においても例外ではなく、令和7年度9月時点での養父市人口は20,605人となっており、2025年趨勢人口よりも低い現状にある¹。そのため、地域の活力を維持するためには、移住・定住に加えて観光客でも移住者でもない地域と継続的な関わりを持つ第三の人々である「関係人口」の創出が急務である。しかし、養父市は宝島社『田舎暮らしの本』が実施する「住みたい田舎ベストランキング」で全国1位を含む上位に位置するなど、高い移住人気を誇っている²。

¹ 養父市『将来希望人口（2060年の目標設定）について』

<https://www.city.yabu.hyogo.jp/material/files/group/5/44769357.pdf>（2025年11月14日最終確認）

² 養父市『宝島社「田舎暮らしの本」2月号「2024年版第12回住みたい田舎ベストランキング」で近畿エリア総合1位を獲得！』

<https://www.city.yabu.hyogo.jp/soshiki/shiminseikatsu/yabugurashi/5/5804.html>（2025年11月14日最終確認）

また、豊かな自然環境と多様な産業資源を兼ね備えており、農業、醤油づくり、アートなど多彩な体験の舞台となり得る地域である。自然と共生する暮らしや地域の人との交流を求める人々にとっては、魅力的な潜在価値を持つ。歴史的には江戸時代に養父市場が創設され、鯉の里や牛市などが盛んであった³⁴。それらは旧養父町の中心として賑わい、明治以降には醸造・生糸・旅館・飲食などの店舗が並んでいた記録が残されている⁵。現代においても国家戦略特区に指定されていることから、新たな取り組みを受け入れる環境が整っていると推定される。以上より、地域の活力を維持するためには、移住・定住に加えて観光客でも移住者でもない地域と継続的な関わりを持つ第三の人々である「関係人口」の創出が急務である。

第2章 内容

本章ではI YABU YOUプロジェクト（以下「YP」とする。）について詳しく述べる。

第1節 YPプロジェクトについて

YPは、養父市の多様な地域資源を活かした総合体験型イベントである。数日間にわたり、養父市各地で広域的にさまざまな体験を協力事業者が主体となって同時開催する。初期段階では年2回開催とし、それぞれ各協力事業者が可能な範囲で主催していただく。

第2節 ターゲット

YPのターゲットは大きく分けて二層存在する。第一に、京阪神在住のファミリー層、第二に、地方暮らしをしてみたい移住関心層である。

まず、京阪神在住のファミリー層は、教育の観点から地方観光ニーズがあると考えられる。農林水産省（2009）によると、農泊体験を通じて「子どもの主体性・協調性・命や食への理解が深まる」ことが確認されており⁶、教育的効果が明確に示されている。

³ 養父市『まちの文化財（221）鯉の道の駅やぶ』

<https://www.city.yabu.hyogo.jp/soshiki/kyoikuiinkai/shakaikyoiku/1/1/10571.html>（2025年11月14日最終確認）

⁴ 養父市『まちの文化財（213）但馬牛と養父市場』

<https://www.city.yabu.hyogo.jp/soshiki/kyoikuiinkai/shakaikyoiku/1/1/9659.html>（2025年11月14日最終確認）

⁵ 公益財団法人 但馬ふるさとづくり協会『宿場町のなごり、鯉の里<養父市養父市場>（Vol.45/2002年11月発行）』<https://the-tajima.com/urarojitanken/45yabuichiba/>（2025年11月14日最終確認）

⁶ 農林水産省農林水産政策研究所（2009）『小学生の農林漁家宿泊体験が子どもに与える効果と課題』https://www.maff.go.jp/primaff/koho/seminar/2009/attach/pdf/100126_01.pdf（2025年11月14日最終確認）

また、国立青少年教育振興機構が行った調査（2022）によると、調査対象である小学生の保護者のうち「山や森、川や海など、自然の中でできる様々な体験をすること」を自身の子どもに「とてもしてほしい」もしくは「少ししてほしい」と96.3%が回答していることから⁷、ファミリー層では「子どもに自然体験をさせたい」という動機が非常に強いことが伺える。よって、YPはその需要に応える内容であると推定される。

次に、地方暮らしをしてみたい移住関心層について述べる。彼らは京阪神在住の成人とする。具体的には、教育移住目的の家庭を持つ成人や第二のキャリア形成目的の社会人など幅広い人々を想定する。彼らにとって壁となる点は主に二点あると考えられる。参加可能コミュニティの有無、移住先での職の有無である。養父市移住者への取材を通じて、移住の際に「近所付き合いなどコミュニティ形成への不安があった」ことがわかった。また、総務省の調査（2017）によると「生活が維持できる仕事（収入）があること」が、移住する際に最も重要視されていることがわかる⁸。ここから移住の上で職の有無が重要な項目であると言える。そして、丹波篠山市にある一般社団法人ウイズささやま様への取材によると、移住体験ツアー参加者のうち半数が定住人口に繋がった事例が存在するため、地方暮らしを考えている人にとって移住体験ツアーと類似点があるYPが有効的と考える。

第3節 体験プログラムの詳細と推定参加人数

一日におけるYPでの体験は、朝の部、昼の部、夜の部の3ターム構成とし、1タームあたり2～3時間程度とする。朝の部と昼の部は各体験プログラムを地域事業者が主体となって運営する。各体験プログラムの運営にあたっては、各地域事業者の都合に応じて、朝昼どちらか、もしくは両方のタームでの実施を想定している。また、一部予約を用いて実施する。一方、夜の部では、参加者を一か所に集約し、地域住民との交流会を行う。

まず、朝の部と昼の部で実施する各体験プログラムについて、協力いただく地域事業者、および1ターム当たりの体験内容・推定参加可能人数を述べていく。

① 別宮の棚田

別宮の棚田では、田植え・収穫・農場作業や軽機械の安全試乗を体験できるプログラムを実施する。軽機械の安全試乗は大人限定とし、子ども向けには、収穫した作物を使った調理体験や自然とのふれあいを行う。家族全体で「仕事と暮らしがにつながる農業」の魅力を体感できるプログラムとする。1タームの参加者数は、最大約20名（大人12名・子ども8名）が見込まれる。

② 豊嶋農場

⁷ 国立青少年教育振興機構（2022）『青少年の体験活動等に関する意識調査（令和4年度調査）～減少する体験活動、放課後や休日の過ごし方の実際～』

https://www.niye.go.jp/wp-content/uploads/2024/05/gaiyou_R4jiritsu.pdf（2025年11月14日最終確認）

⁸ 総務省（2017）『過疎地域への移住者に対するアンケート』

https://www.soumu.go.jp/main_content/000529976.pdf（2025年11月14日最終確認）

豊嶋農場では、有機野菜の収穫から調理、農家との交流までを一体化したプログラムを提供する。環境への理解と地域農業への関心の向上を図る。1タームの参加者数は、合計約20名（大人10名・子ども10名）が見込まれる。

③ おおやアート村 BIG LABO

おおやアート村 BIG LABO では、木彫・陶芸・染色などのものづくり体験を実施し、完成した作品を持ち帰ることができるプログラムを展開する。大人には、地域作家の指導のもとで本格的な技法に触れる体験、子供には、手を動かしながら自由な発想で表現できるワークショップを提供する。1タームの入場者数は、合計約25名（大人15名・子ども10名）が見込まれる。

④ 大徳醤油

大徳醤油では、麴づくりから瓶詰めまでの基礎工程を体験し、発酵の仕組みや地場産業としての醤油づくりを学ぶプログラムとする。仕込み後はオンラインでの熟成報告や、完成した醤油の「瓶の里帰り」による再訪を促し、地域との継続的な関わりを生み出す。衛生・温度管理のSOPを厳格に運用し、安全性と品質を確保できるプログラムとする。1タームの入場者数は、合計約15名（大人9名・子ども6名）が見込まれる。

①～④の体験を合わせて、朝の部、昼の部それぞれ最大80人の体験が可能である。他にも、養父市の地域資源の活用として、養蚕体験や林業体験等が想定されることから、初期段階では、朝の部、昼の部それぞれ約100人規模のイベント、両部併せて延べ約200人規模のイベントと推定される。本イベントは複数日間開催するため、例えば3日間では延べ約600人規模のイベントとなる。また、各協力事業者単体での開催以外に、将来的には複数事業者での体験プログラムも推定され、体験コンテンツと参加者の増加が見込まれる。

次に、夜の部について述べる。夜の部では、朝の部と昼の部で実施した体験プログラムの参加者を養父市役所に集約し、そこで地域住民との交流会を行う。それにより、移住関心層にとっての大きな壁である、コミュニティ形成の不安の解消を図る。さらに、交流会はオンラインでの参加も受け入れる。そうすることで、都合がつかずYPに来られなかった移住関心層へのアプローチも可能となる。

第4節 運営方法

運営方法として、運営主体、チケット移動手段、スタンプラリーについて述べる。

運営主体として、行政、地域事業者、住民が参画する実行委員会を設置する。委員会は、全体統括・安全規程・交通連携・体験の監督等を担う。委員は、養父・八鹿・大屋・関宮の四地域から人員を組織することで、養父市全体でのイベント実現を可能にする。委員の具体例として、養父市役所に勤務されている市民などから参加の賛同を得ている他、やぶ市観光協会からも賛同を得ており、今後実行委員の一員として共同の可能性を検討している。委員会を中心に、行政・地域事業者・住民が協働することで、養父市全体の魅力を発信する持続的な仕組みが実現できると考える。

チケットは2種類発券する。1dayパスと複数daysパスの2種類である。それぞれの期間における体験し放題に加え、地域の飲食店で使用可能な食事券、地元バスの1日乗車券を含む。また、子どもの料

金を大人の半額にすることでファミリー層の参加を、1dayの金額よりも複数daysの金額を安くすることで市内での宿泊を促す。

移動手段については、渋滞緩和や体験場所の駐車場確保の点に加え、協力事業者・体験提供者にとって「一度にまとまった人数が訪れた方が受け入れや運営が効率的になる」という観点から、バスによる一括輸送を基本設計とする。具体例として、全但バスは令和7年7月から11月にかけて、豊岡市内のバスが1日乗り放題となる「豊岡のってECOフリーチケット」を販売しており⁹、養父市内でも同様の1日乗車券の導入が可能と考える。

集合・発着地点は養父市役所とし、参加者の自家用車は市役所駐車場に集約する。基本的に、参加者は市役所で受付後、全員がバスに乗り換え、各体験拠点へまとめて移動する運用とする。これによって、受け入れ側の準備負担や案内工数を分散させない仕組みとする。臨時便は「別宮の棚田」「豊嶋農場」を、通常便は「おおやアート村 BIG LABO」「大徳醤油」を結ぶ路線として設定する。

また、バス乗車回数や利用距離に応じて地域通貨を付与することで利用促進を図り、渋滞抑制と回遊設計の両立を図る。

第3章 実現可能性

本章ではYPの実現可能性を多様な観点から述べる。

第1節 宿泊施設

養父市の宿泊施設数と部屋数は、2019年時点で76施設1296室となっている¹⁰。YPは1日あたり延べ約300人の参加が見込まれ、かつ日帰りの参加者がいることを考慮すると十分な受け入れ態勢と推定される。

第2節 緊急時対策

YP参加者の安全性および緊急時対策について述べる。養父市内は病院が八鹿市街地に集まっており、市内の一部地域では、すぐに救急車が駆けつけられる状況にない。そこで、地元病院と連携し、病院のない地域にはYP開催期間に医師・看護師が常駐し、簡単な治療に対応できる救護所を設けることとする。また、ここでは対応不可能な重症患者については、八鹿地域内の大規模病院に迅速に移送できるようにする。先行事例として、大阪市の天神祭では、医誠会国際総合病院から3名の医師がボランティアとして参加し、各所の救護所で活動を行った¹¹。救護所にはイベントナースや搬送スタッフも配置

⁹ 全但バス株式会社『豊岡市制20周年記念事業「豊岡のってECO（いこう）」』
https://www.zentanbus.co.jp/local_bus/toyooka_notteeco/（2025年11月14日最終確認）

¹⁰ ホテルバンク『兵庫県ホテル展開状況（2019年7月現在）』
<https://hotelbank.jp/hoteldata/hyogo-hotel-operation-2019july-statistics/>（2025年11月14日最終確認）

¹¹ 日本経済新聞電子版（2024年7月29日）『天神祭での救護活動』

され、チームとして協力しながら対応した。地域病院との協力により、条件不利地域の養父市でも、安心して人々を受け入れる体制の整備が可能であると考えられる。

第3節 宣伝方法

ターゲットへの宣伝方法を述べる。京阪神のバスや鉄道等の公共交通機関、小売店、公民館等の公共施設にポスター等の広告の掲示やチラシ配布を行う。また、京阪神の企業との連携により、社員らを通じた宣伝方法や教育機関との連携により、子どもを通じた宣伝方法が考えられる。加えて、広域的な宣伝方法として養父市の紹介経験があるインフルエンサーや京阪神のファミリーに影響力を持つインフルエンサーにPR依頼をする。

第4節 資金調達

YP の運営に当たり、会場設営費、広告費など多くの費用を要する。財源として、養父市内にある企業からの協賛、そしてクラウドファンディング（以下CF）を提案する。

YP では新たな経済循環が生まれるため、協賛可能な企業が存在すると考える。実際に、但馬信用金庫様に賛同いただいた。

次にCFについて述べる。私たちはREADYFOR12 というCF媒体を活用し、YPの資金を募ることが可能であるとする。CFを提案する根拠として、2025年に実施されたAKASAKA farm@宮崎という農業体験にまつわるキャンペーンで目標金額300万円を上回る475万円を集めた事例がある¹²。CFの効果として、情報発信によりYPの認知が広まるという点があげられる。したがって、YP実施状況や今後の展開などの発信を可能とし、YPへの参加者増加、ネットワーク形成が期待できる。

第4章 効果

本章ではYPの効果ターゲットに対する効果、地域に対する効果に分けて述べる。

第1節 他地域との比較におけるYPの効果

YPは、短期的に養父市への興味・関心を喚起し、地域への関わりを促進する機能を担う。多様なセクターが提供する体験プログラムを市内複数箇所で同時に開催することにより、単独イベントでの開催と比較して、全体の規模を拡大し集客の最大化を図る。

https://www.nikkei.com/compass/content/PRTKDB000000166_000116601/preview (2025年11月14日最終閲覧)

¹² READYFOR『農業を身近に、そして誇りあるものに一農家が挑戦する「自然の遊園地」 akasaka farm』
<https://readyfor.jp/projects/akasakafarm-2025> (2025年11月14日最終確認)

先行事例として、長野県飯田市における「感動体験南信州」があげられる¹³。飯田市は、都市圏（東京から約3時間、名古屋から約1時間30分）からの所要時間が、養父市（京阪神より約2時間30分）と同水準である。

飯田市のプログラムは、行政とは別の第三セクター「南信州観光公社」を主体とし、地域住民が「案内人」となる。訪問者に対し「日常の仕事、生活、趣味の共有体験」の提供を目的とした、約200種類の体験プログラムを展開している。成果として、年間約3万人の利用者、農家民泊における年間1,000人を超える海外利用者の獲得など、持続的な関係人口を創出している。

対して、YPは、飯田市の事例のようなコンテンツの質（地域住民との密接な交流、体験プログラムの提供）を保証しながら、複数拠点での同時開催という形態を採ることで、イベントとしての求心力と広域的な集客力を最大限に高め、飯田市と同様に関係人口の創出が期待できる

第2節 ターゲット・協力事業者への効果

YPでは、短期的には全世代の参加者にとって自然や生命へのつながりを感じられる体験を提供する。このことにより、第一のターゲットである京阪神のファミリー層に対して教育的なニーズにこたえることができる。具体的には、別宮の棚田や豊嶋農場、大徳醤油での体験では、日常的に消費者として接する食品に対して生産者側を経験することで、食品への理解や感謝が深まる。またおおやアート村BIG LABOでは独創性等の向上が期待できる。他の体験コンテンツに関しても様々な教育的効果が期待できる。また、成年以上の参加者にとっては、養父市での就労に対する解像度増加の他に、コミュニティ形成のきっかけとなる。

協力事業者側については、別宮の棚田や豊嶋農場などの農業体験において人手不足の解消、大徳醤油やおおやアート村等での体験において、知名度上昇が見込まれる。

第5章 今後の展望

本章では、前章で述べた短期的な効果を起点に、三段階に分けて長期的な養父市の将来展望を述べる。

第1節 「やってみたい！が見つかるまち」の形成

将来的な養父市の展望の第一段階として「やってみたい！が見つかるまち」となることが期待される。関係人口の創出により、YPの拡大が見込まれる。拡大の方法としてはプログラム数、開催期間の観点から以下の2つが考えられる。

第一に、他の事業者が参入し新たな協力事業者となり、YPを発展させてより集客力のあるものに成長させる。新規体験プログラムの増加によって、より幅広い興味関心を持った人の参加が期待できる。

¹³ 株式会社南信州観光公社『感動体験南信州 グリーンツーリズム・エコツーリズム体験プログラムガイド』<https://www.mstb.jp/about/>（2025年11月14日最終確認）

第二に、体験を提供する各協力事業者が自発的に期間外での体験を行うようになる。これによって次第に1年を通した体験や、より長期間の体験を行うことが可能となる。

プログラムが増加し、期間を選ばず体験ができるようになった養父市は、将来的に「やってみたい！が見つかるまち」として京阪神などの近隣地域を中心に周知されるようになるだろう。

第2節 関係人口の増加

「やってみたい！が見つかるまち」としての養父市の関係人口には、来訪頻度や域内の生活拠点の有無などから関係度に差がある。浅い関わりをもつ人々として、養父市に生活拠点を持たず、製品購入などで関わる人々が想定される。対して、観光や体験プログラムなどで年数回訪れる人々は、養父市への関わりがより深い。さらに、月1回や週末単位などで養父を訪れ、二拠点居住などへと発展する人々はより関わりが深く、最も定住人口に近い存在である。

浅い関わりとして、全参加者が考えられる。特に子どもについては「やってみたい！が見つかるまち」の養父市に親と訪問し、体験が「思い出」となる。成長後にも養父市の特産品購入や、イベント関与などの関わりが期待できる。また、親となってからは、自らの子どもに様々な体験をさせる場所として養父市が選ばれていく。一方で、地方移住への関心が高い大人などは深い関わりが期待できる。「やってみたい！が見つかるまち」はこのような大人にとって、職探しやコミュニティ形成の点から需要が高く見込まれる。

このように「やってみたい！が見つかるまち」養父市において、関係人口が多様な形で増加していくことが想定される。

第3節 関係人口から未来を紡ぐ

「やってみたい！が見つかるまち」の関係人口となった人々の養父市への複合的な理解の深化は住民との関係構築の一助になる。さらに、YPでの体験を通じて養父市という地域への関心や愛着が醸成されることが想定される。つまり、これら養父市に対する愛着をもとに、関わりの深い関係人口や、定住人口の創出が予想される。

これらの人々は将来的に養父市の担い手となることが期待できる。養父市に自分事として関わり得る関係人口及び定住人口と共に養父市の未来を紡いでいく。

第6章 総括 未来を紡ぐ「関係人口」の入り口

I YABU YOU プロジェクト (YP) は、養父市を「やってみたい！が見つかるまち」としてブランド化し、持続的な地域活性化を達成するための第一歩である。本企画の最終目標は、参加者を単なる消費者から「共に地域をつくる担い手」へと進化させることにある。

YPは、農林業、醸造、アートといった養父市の多様な地域資源を全域で活用し、行政、事業者、住民ら、あらゆるセクターの協力のもとで実施される(第2章)。参加者は、地域の「暮らし・仕事・文化」の現場に直接触れる濃密な体験を通じて、養父市への関心と郷土愛を深める。

この体験を通じて獲得される地域との結びつきは、極めて多様な形をとる。短期的な交流を経て定住に移行する人もいれば、一度深い関与を経験した後、将来的な復帰を見据える人もいるだろう。関係人口の形成は、一律の段階論に限定されるものではなく、多角的に変化するものであり、こうした人々のつながりの循環こそが、長期的な地域活性化へと結びつくことが期待される。

YP は、一過性の交流人口創出イベントに留まらず、広域分散型の利点を生かして集客力を最大化し、地域経済・社会の活性化へ大きく貢献する可能性を秘めている（第4章）。YP の拡大を通じて、養父市は外部の訪問者にとって魅力的な「体験を通じて深く関わられるまち」へと進化する。私たちは、YP が養父市の未来を形作る「浅い関係人口」「深い関係人口」そして定住人口を創出する取り組みであると信じて疑わない。

参考文献

養父市『地区別高齢化状況調査票 令和7年9月末』

<https://www.city.yabu.hyogo.jp/material/files/group/11/tikubetukoureika-R7-9.pdf> (2025年11月14日最終確認)

総務省『地域への新しい入り口 二地域居住・関係人口ポータルサイト』

<https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/> (2025年11月14日最終確認)

農林水産省『農泊 教育旅行受入手引き』

https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhakusuishin/attach/pdf/nouhaku_top-114.pdf
(2025年11月14日最終確認)